

**Marescotti A.**

**Prodotti tipici e sviluppo rurale alla luce  
della teoria economica delle  
convenzioni**

*(Typical products and rural development in  
the light of the theory of conventions)*

in: Basile E., Romano D. (Eds.)

“Sviluppo Rurale: società, territorio,  
impresa”

(atti del Congresso SIDEA, Firenze,  
5 maggio, 2000)

Franco Angeli, Milano, 2001, forthcoming

Prodotti tipici e sviluppo rurale alla luce della teoria economica delle convenzioni



Società Italiana  
di Economia Agraria



Università degli Studi di Firenze  
Facoltà di Agraria  
Facoltà di Economia  
Dipartimento di Scienze Economiche

Convegno  
**Sviluppo Rurale:  
Società, Territorio, Impresa**

*FIRENZE, 5 MAGGIO 2000*

**PRODOTTI TIPICI E SVILUPPO  
RURALE ALLA LUCE DELLA TEORIA  
ECONOMICA DELLE CONVENZIONI\***

**Andrea Marescotti**

*Dipartimento di Scienze Economiche – Università di Firenze*

**1. INTRODUZIONE**

Dopo un lungo periodo caratterizzato dal prevalere del modello di produzione e di consumo di massa, l'ascesa di un nuovo modello di produzione e di consumo ha rafforzato e amplificato l'interesse per i prodotti agro-alimentari tradizionali e tipici. Parallelamente aumenta il numero di prodotti e di categorie di operatori coinvolti nella produzione, commercializzazione, tutela, valorizzazione, controllo. Aumenta anche il volume di affari, e dunque le prospettive, o almeno le speranze, riposte in

---

\* Lavoro eseguito nell'ambito della Ricerca di Ateneo "I meccanismi di coordinamento agricoltura-industria per i prodotti di qualità specifica" (Università di Firenze, anno 1999, coordinatore prof. A. Pacciani), e della Ricerca di Interesse Nazionale "Il sistema agroalimentare italiano e l'integrazione europea" (coordinatore nazionale prof. R.Fanfani).

queste produzioni, che solo pochi anni fa sembravano destinate ad essere dimenticate - in quanto sinonimo di arretratezza - e che ora vengono invece spesso indicate come panacea per la risoluzione dei problemi di un mondo agricolo (rurale?) in più parti sottoposto a tensioni e affaticamenti.

Attorno alla riscoperta, alla tutela e alla valorizzazione di questi prodotti gravitano una serie di interessi, talvolta convergenti altre contrapposti, che i vari attori coinvolti, individuali e collettivi, di volta in volta manifestano.

Ad esempio le imprese agricole e agro-alimentari - soprattutto quelle di minor dimensione e/o ubicate in aree svantaggiate e marginali - vedono nei prodotti tipici una possibilità di ritagliarsi uno spazio di competitività su mercati sempre più esposti ad una concorrenza di prezzo, e di recuperare parte del valore aggiunto sottratto nel tempo dall'ascesa dell'industria e dalla moderna distribuzione. Le amministrazioni pubbliche a livello locale individuano nei prodotti tipici un modo efficace non solo per valorizzare le attività agricole e le imprese agro-alimentari presenti sul territorio, ma anche per creare o consolidare l'immagine della località nei confronti degli utenti esterni (consumatori, turisti, ecc.) e per rafforzare l'identità e la coesione della comunità locale, attivando legami e sinergie con le altre attività presenti sul territorio (artigianato, turismo, ecc.) per favorire lo sviluppo rurale. Anche le amministrazioni pubbliche a livello più centrale sostengono la rivalorizzazione dei prodotti tradizionali e tipici, nel tentativo di dirigere il cambiamento del settore agricolo e del mondo rurale assecondandone le trasformazioni in atto verso un'agricoltura multifunzionale, a basso impatto ambientale, integrata con le altre attività economiche presenti sul territorio e capace di produrre una gamma diversificata di beni e servizi di qualità elevata per la collettività. Non ultimi, naturalmente, i consumatori e i cittadini, nell'ambito di una più generale tendenza alla differenziazione e all'innalzamento del livello di qualità degli alimenti domandati, e di un processo di "culturalizzazione" dei consumi stessi, che vede l'atto di acquisto e fruizione dell'alimento quale atto simbolico per comunicare la propria adesione e appoggio ad un sistema di valori condiviso.

Quanto detto non deve tuttavia far pensare ad un'omogeneità interna ai vari gruppi, al cui interno si assiste anzi ad una diversità di interessi e di opinioni circa l'opportunità di promuovere questi prodotti, le modalità più idonee per la loro protezione, gli strumenti di valorizzazione, la definizione stessa del prodotto e del suo livello qualitativo, che si traducono in altrettante azioni e strategie degli operatori.

Le tensioni e gli interessi che si creano attorno al prodotto tipico sono dunque il frutto di un processo evolutivo della struttura organizzativa del sistema di produzione, circolazione e riproduzione delle risorse ad esso legato. In questo processo evolutivo, nuovi attori, nuove funzioni e nuove modalità di coordinamento in parte sostituiscono e in parte affiancano le precedenti, creando e modificando le dinamiche territoriali e settoriali, spostando i centri di regolazione, modificando gli spazi territoriali di riferimento e di confronto. Tutto questo si svolge nell'ambito di un processo

di contrattazione, di *costruzione sociale*, fatto di alleanze, conflitti, mediazioni, compromessi che, lungi dal cristallizzare la situazione, accompagnano anzi la vita e la storia del prodotto tipico assecondandone gli adattamenti e le evoluzioni al modificarsi del contesto esterno e dell'articolazione dei rapporti economici e sociali all'interno della comunità (non solo di produttori), ridiscutendo la definizione e le caratteristiche del prodotto tipico stesso e delle sue modalità di produzione. I cambiamenti in atto all'interno del sistema agro-alimentare, le modifiche dei consumi, e più in generale dell'organizzazione del lavoro, del territorio e della società, sottopongono infatti a forti pressioni al cambiamento sistemi di produzione legati inizialmente ad un ambito di produzione e di circolazione molto locale.

Il presente lavoro ha l'obiettivo di delineare le traiettorie evolutive che hanno caratterizzato un sistema di produzione, commercializzazione e consumo legato a un prodotto agro-alimentare tipico (la carne di razza Chianina) di fronte al modificarsi del contesto esterno. La lettura della problematica in esame verrà effettuata utilizzando il quadro concettuale fornito dalla *teoria economica delle convenzioni*, che permette di analizzare le diverse modalità di coordinamento tra attori quali risultanti di accordi preventivi socialmente costruiti e condivisi. In particolare l'attenzione verrà concentrata sulle convenzioni di qualità e di qualificazione, vale a dire sulle caratteristiche e sull'evoluzione dei diversi *criteri* di valutazione della qualità del prodotto e delle organizzazioni, per l'importanza che rivestono nello strutturare sia il sistema di produzione-circolazione che le caratteristiche del prodotto.

Dopo aver richiamato le linee essenziali della teoria economica delle convenzioni e le principali applicazioni al tema della qualità (par.2), l'attenzione verrà incentrata sui principali mutamenti che hanno interessato l'organizzazione del sistema di produzione, commercializzazione e consumo della carne di razza Chianina al fine di evidenziare i cambiamenti avvenuti nelle convenzioni di qualità e di qualificazione operanti, e gli effetti determinati (par.3). L'ultimo paragrafo contiene alcune considerazioni conclusive.

## **2. LA TEORIA ECONOMICA DELLE CONVENZIONI E LA QUALITÀ NELL'AGRO-ALIMENTARE**

### *2.1. La teoria economica delle convenzioni*

La crescente insoddisfazione circa l'adeguatezza dell'economia standard a rendere conto della complessità dell'economia reale ha dato origine a numerosi filoni di studio che hanno alterato e/o rimosso in maniera più o meno decisa le ipotesi della *cintura protettiva* (De Benedictis, 1993),

soprattutto introducendo costi di transazione e di informazione, e i vincoli derivanti dai diritti di proprietà (Eggertsson, 1990). Queste linee di indagine, tuttavia, spesso raggruppate sotto l'etichetta di "Economia Neo-Istituzionale", non hanno alterato i presupposti teorico-metodologici dell'*hard core* dell'economia standard (Lakatos, 1970), e in particolare non hanno rimosso l'ipotesi di individualismo metodologico, secondo la quale le dinamiche economiche possono essere spiegate sulla base dell'osservazione dei comportamenti individuali.

Tra le linee di ricerca che maggiormente cercano di allontanarsi dal nocciolo duro dell'economia standard, la *teoria economica delle convenzioni* (TEC) si propone come l'approccio più generale ai problemi di organizzazione economica (Brousseau, 1993).

La definizione del concetto di convenzione deriva dai contributi pionieristici di Lewis (1969) e Schelling (1977), secondo i quali la *convenzione* è una regola comune cui gli agenti si attengono per risolvere collettivamente una situazione non decisibile mediante il solo calcolo individuale. Un classico esempio di convenzione, riportato da Schelling (1977), riguarda la scelta del lato di guida lungo le strade (destra/sinistra). Inizialmente non ci sono motivi per scegliere l'uno o l'altro lato di guida; per tentativi, o con accordi verbali o altre forme, emergerà un accordo tra guidatori che farà loro preferire la scelta di uno dei due lati. Se la soluzione scelta si rivela utile, si mantiene nel tempo e si diffonde con un processo di "mimetismo razionale" (Dupuy, 1989; Gomez, 1994), e diventerà una convenzione alla quale ogni automobilista si atterrà sapendo (aspettandosi) che tutti gli altri vi si atterranno<sup>1</sup>.

Il filone americano della TEC ha successivamente sviluppato l'approccio delle convenzioni sulla base della teoria dei giochi, centrando l'attenzione sulle modalità di formazione delle convenzioni (Sugden, 1989; Young, 1996); nella sostanza, dunque, il filone americano non si è allontanato dalla teoria standard "estesa" (Thévenot, 1989; Gomez, 1994), mantenendo le ipotesi di razionalità sostanziale e di individualismo metodologico che sono alla base anche della teoria standard: in quest'ottica dunque, il comportamento sociale è dedotto dal comportamento individuale.

Il filone francese della TEC invece, di cui ci occuperemo in questo lavoro, ha posto l'attenzione soprattutto sulle modalità di funzionamento ed evoluzione delle convenzioni all'interno del sistema socio-economico reale, facendosi portatrice di una visione più eterodossa della teoria economica<sup>2</sup>. In particolare questo filone postula il superamento dell'ipotesi di

---

<sup>1</sup> "Everyone conforms, everyone expects others to conform, and everyone has good reason to conform because conforming is in each person's best interest when everyone else plans to conform" (Young, 1996, p.105).

<sup>2</sup> Il perfezionamento dell'approccio della scuola francese è stato raggiunto con il saggio di Boltanski e Thévenot (1987), approfondito negli aspetti economici nel numero 2/1989 della *Revue Economique* (AA.VV., 1989), e successivamente ampliato e sviluppato da numerosi ulteriori contributi teorici e applicativi. Per ulteriori approfondimenti sulla nascita e sugli sviluppi della scuola francese si veda Orléan (1994, pp.13-16) e Gomez (1994, pp.87-97).

individualismo metodologico e di autonomia degli agenti economici, riconoscendo un ruolo fondamentale ai meccanismi di interazione sociale nella creazione dell'informazione e nella formazione delle decisioni. In questo modo il filone francese della TEC cerca di operare una fusione tra approccio sociologico ed economico nel tentativo di ricondurre le logiche sociali a quelle logiche individuali e viceversa; pertanto il superamento dell'ipotesi di individualismo non significa una sua rimozione, ma una sua "relativizzazione" (Romano, 1996), riconoscendo che il comportamento individuale è influenzato dal (e influenza il) comportamento sociale (AA.VV., 1989; Orléan, 1991).

La formazione delle convenzioni (regole e schemi di comportamento) scaturisce da un processo graduale e spontaneo di interazione sociale a partire da relazioni ripetute in ambiti circoscritti, successivamente estesi coinvolgendo altri individui tramite meccanismi imitativi. Pertanto le convenzioni sono soggette ad un cambiamento evolutivo, talvolta instabile, frutto dei cambiamenti degli stati del mondo, dell'ambiente percepito dagli individui, delle interrelazioni tra individui. Una volta emerse, le convenzioni costituiscono dei punti di riferimento informativi che semplificano il processo decisionale agevolando il coordinamento tra agenti, e possono essere istituzionalizzate, ovvero codificate e formalizzate da un intervento di un'autorità.

Il filone francese della TEC può essere considerato pienamente facente parte dell'economia istituzionale<sup>3</sup>. Accogliendo infatti la definizione di *istituzione* quale regola che permette il coordinamento all'interno delle e tra le singole *organizzazioni* (intese come insieme coordinato di risorse umane e materiali) (Parri, 1996, p.126), e quindi come meccanismo che crea ordine e riduce l'incertezza negli scambi<sup>4</sup>, la convenzione, in qualità di punto di riferimento informativo che agevola e/o permette il coordinamento tra individui riducendo l'incertezza decisionale, può essere considerata in senso pieno come una tipologia di istituzione (Bromley, 1989; Hodgson, 1991), più o meno formale (North, 1991)<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Tuttavia i fondatori del filone francese (AA.VV., 1989, p.141) sottolineano come le ricerche condotte nell'ambito della TEC cercano di rinnovare i contenuti del filone istituzionalista, " ... parce qu'elles ne procèdent pas à une remise en cause globale de l'économie de marché qui amènerait à remplacer ses concepts par des catégories directement empruntées à d'autres disciplines. Elles prennent en compte la réalité des relations marchandes, ce qui exige de traiter rigoureusement, en construisant un cadre d'analyse en partie original, la relation entre le modèle de marché et des notions qui lui sont à l'origine étrangères parce qu'elles trouvent leurs racines dans d'autres sciences de l'homme". (AA.VV., 1989, p.141).

<sup>4</sup> "Institutions are regularities in repetitive interactions among individuals (...) Institutions arise and evolve because of the interaction of individuals" (North, 1986, p.231).

<sup>5</sup> Nel definire le *istituzioni*, Bromley (1989, pp.41-43) distingue tra *conventions* e *rules or entitlements*: le prime sono definite - in riferimento ai lavori di Lewis (1969) - come regolarità cui gli agenti preferiscono attenersi aspettandosi che anche tutti gli altri vi si attengano; le seconde si differenziano per il fatto di prevedere un'imposizione *de jure* o *de facto*. In altri termini, la differenza tra *conventions* e *rules or entitlements* sta nel modo con cui si afferma la regola (interazione sociale vs autorità). Si veda a questo proposito anche la distinzione,

Il principale oggetto di studio del filone francese della TEC riguarda il modo con cui l'interazione sociale può portare alla formazione delle convenzioni e alla loro evoluzione nel tempo e nello spazio. L'attenzione è posta soprattutto al funzionamento e agli effetti della presenza delle convenzioni sia sulla pluralità di meccanismi di coordinamento tra agenti all'interno del sistema economico, sia sul modo con cui gli agenti stessi, con particolare riferimento alle imprese, strutturano le proprie risorse e investimenti dando origine ad una pluralità di risposte organizzative e di "modelli di impresa" (Eymard-Duvernay, 1989).

## *2.2. Convenzioni di qualità e convenzioni di qualificazione*

Nell'ambito della teoria standard non esiste un effettivo problema di definizione e valutazione della qualità dei prodotti oggetto di scambio. Infatti da un lato la (misura della) qualità del prodotto è riassunta dal prezzo raggiunto in equilibrio, e dall'altro si assume (implicitamente) che vi sia un preventivo accordo tra gli operatori su che cosa debba intendersi per qualità del prodotto, ovvero sui criteri di valutazione della qualità stessa (Stiglitz, 1987; Orléan, 1991).

L'introduzione dei problemi informativi (informazione incompleta e asimmetrica) e cognitivi (razionalità limitata, razionalità procedurale), e della possibilità di comportamenti opportunistici degli operatori, ha portato alla crisi del mercato walrasiano quale unica tipologia di coordinamento efficiente dei rapporti tra operatori (Orléan, 1991). In queste circostanze infatti i prodotti perdono il ruolo esclusivo nel coordinamento degli scambi, e i prezzi cessano di fornire l'unico riferimento per l'effettuazione delle transazioni: devono quindi essere predisposti altri "supporti" in grado di riattivare il normale funzionamento del mercato (Akerlof, 1970).

In particolare la TEC attribuisce una particolare importanza ad un *meta-livello* rispetto al mercato (inteso come luogo in cui si realizzano gli scambi): nell'ambito di questo meta-livello vengono definite collettivamente (in modo più o meno deliberato e intenzionale) procedure comuni di comportamento e regole sufficientemente stabili e condivise tra gli operatori, sulla base delle quali può avvenire la transazione di mercato (Gomez, 1994; Pacciani, Belletti e Marescotti, 2000). Affinché lo scambio possa avvenire, o comunque sia facilitato, è necessario dunque che preventivamente esistano a disposizione degli operatori criteri sufficientemente stabili e condivisi – cioè convenzioni - da un lato circa la definizione della qualità dei prodotti (convenzioni di qualità), e dall'altro circa la valutazione delle caratteristiche e delle competenze delle parti

---

richiamata da Romano (1996), tra la scuola delle istituzioni sociali, in cui le istituzioni sono meccanismi dati/esogeni o imposti dall'alto, e la scuola comportamentista, secondo la quale le istituzioni sono regolarità che nascono dall'interazione sociale. Una versione più completa del meccanismo di nascita ed evoluzione delle istituzioni da strutture informali a formali e viceversa (Romano, 1996; De Rosa, 1997) è contenuta in Bromley (1989).

coinvolte nella transazione (convenzioni di qualificazione).

Le *convenzioni di qualità* si riferiscono al processo di qualificazione dei “prodotti”: la definizione della qualità è il risultato di un processo di costruzione sociale, frutto cioè dell’interazione e dell’accordo tra individui, continuamente “messo alla prova” e soggetto a rinegoziazione nel tempo e nello spazio. Le diverse accezioni di qualità che emergono da questo processo rappresentano dunque convenzioni che migliorano il coordinamento delle attività degli agenti (al pari di altre convenzioni), costituendo punti di riferimento collettivi portatori di informazione che semplificano il processo decisionale.

Le *convenzioni di qualificazione* invece si riferiscono al criterio con cui il cliente valuta e seleziona le “organizzazioni” fornitrici del prodotto in tutti i casi in cui non sia possibile valutarne adeguatamente le caratteristiche qualitative prima dello scambio<sup>6</sup>, o quando manchi una convenzione di qualità condivisa. Infatti, mentre sul mercato walrasiano l’identità delle parti che effettuano la transazione è irrilevante (in quanto il prezzo sintetizza tutte le informazioni necessarie per lo scambio), l’introduzione dei problemi informativi, e con essi il problema di valutazione della qualità dei prodotti, porta a dover prendere in considerazione l’esistenza di un “mercato di organizzazioni” (Favereau, 1989), in cui l’identità della parte che produce e/o offre il prodotto assume contenuto informativo rispetto alla transazione. Le convenzioni di qualificazione pertanto fungono da supporto allo scambio, offrendo al cliente criteri di selezione del tipo di organizzazione maggiormente in grado di offrire il prodotto di qualità desiderata, e nel contempo permettendo di ripartire la competenza nell’emettere il giudizio sulla qualità del prodotto scambiato. L’incertezza sulla valutazione della qualità viene risolta in quanto esiste una definizione convenzionale comune delle competenze rispettive delle parti della transazione (Gomez, 1994).

Riferendosi alla concettualizzazione di Boltanski e Thévenot (1987), le principali convenzioni di qualificazione attive nei sistemi economici sono (tabella 1):

- convenzione *di mercato*: gli agenti dispongono di tutte le informazioni rilevanti per valutare autonomamente la qualità dei prodotti, senza ulteriori supporti informativi ad eccezione del prezzo, che dunque rappresenta l’unico criterio di valutazione della qualità;

- convenzione *domestica*: le carenze informative sono ovviate in gran parte dal sistema di relazioni di prossimità (spaziale e culturale) tra agenti; in questo contesto all’atto dello scambio assume rilevanza centrale la fiducia nella controparte, originata (direttamente o indirettamente) dalle relazioni passate e dalla prossimità; la competenza nell’emettere il giudizio di valore sulla qualità dei prodotti prima dello scambio viene accordata alla controparte;

---

<sup>6</sup> Si tratta cioè delle caratteristiche di tipo *experience*, la cui valutazione può essere effettuata dall’acquirente soltanto dopo l’acquisto e l’uso del prodotto, e di tipo *credence*, in cui non è possibile valutare la qualità della caratteristica neppure dopo l’uso (Nelson, 1970).

- convenzione *industriale*: l'organizzazione viene selezionata in base alla sua capacità di adeguarsi e rispettare precisi standards di processo e di realizzare prodotti rispondenti a regole codificate;
- convenzione *civica*: l'organizzazione viene prescelta in base alla capacità di soddisfare obiettivi collettivi e/o di rispettare principi di ordine superiore;
- convenzione *di opinione*: la qualificazione dell'organizzazione viene operata esclusivamente in base all'opinione di altri agenti.

Tabella 1 – Convenzioni di qualificazione e informazione

<i>Informazione</i>	<i>Caratteristiche del prodotto</i>	<i>Mercato rilevante</i>	<i>Criterio di valutazione</i>	<i>Convenzione di qualificazione</i>
completa	search	prodotti	Prezzo	MERCATO
incertezza informativa	experience e credence	organizzazioni	Fiducia	DOMESTICA
			Standard	INDUSTRIALE
			Principi collettivi	CIVICA
			Opinione altrui	OPINIONE

Ognuna di queste convenzioni di qualificazione si riferisce a principi diversi di valutazione della capacità delle organizzazioni di fornire il prodotto desiderato e/o delle loro competenze nella definizione della qualità dei prodotti, e si riflette pertanto sulla qualità misurabile e sulla convenzione di qualità del prodotto scambiato. Le particolarità delle convenzioni di qualità dominanti e gli orientamenti assunti dalle convenzioni di qualificazione portano a configurare le caratteristiche stesse del prodotto oggetto della transazione.

In questo contesto il giudizio circa l'*effettiva* qualità del prodotto, emesso dagli agenti misurando la rispondenza qualitativa del prodotto ottenuto dallo scambio con le proprie attese, costituisce una verifica dell'efficacia della convenzione di qualificazione adottata. L'esito del confronto tra livello di qualità atteso e ottenuto può dunque confermare la validità della particolare convenzione di qualificazione adottata ed eventualmente contribuire a rafforzarne ed estenderne la portata, aumentandone il livello di generalità, così come una non rispondenza delle caratteristiche verificate alle attese può far perdere di validità alla convenzione prescelta, attivando un processo evolutivo nella convenzione stessa, o al limite disattivandola completamente.

La qualità non si impone dunque come fatto oggettivo, ma è frutto di una interazione tra individui sulla definizione stessa della qualità e sui criteri più idonei per costruirla e ottenerla tramite relazioni di mercato. I criteri possono cambiare di volta in volta, nel tempo e nello spazio, e più criteri possono essere attivi contemporaneamente all'interno di uno stesso sistema economico, così come uno *stesso* prodotto può essere scambiato tra agenti in base ad accordi diversi sulla qualità (Eymard-Duvernay, 1989). Inoltre uno *stesso* agente può impiegare convenzioni di qualificazione diverse a seconda

delle particolari circostanze della transazione e della tipologia di prodotto desiderato.

La qualità del prodotto che emerge dallo scambio è dunque l'esito finale di un processo di costruzione sociale, di organizzazione di risorse produttive guidate da un criterio condiviso: le "organizzazioni" sono chiamate a mobilitare le risorse coerentemente con le specifiche convenzioni in uso, e a realizzare gli opportuni investimenti<sup>7</sup>, materiali e immateriali, in funzione delle convenzioni adottate all'interno dell'organizzazione e nelle relazioni con altre organizzazioni (Ughetto, 2000). Si vengono così a determinare diversi "modelli di impresa" in funzione dei principi-guida che sottendono all'organizzazione delle risorse: modello domestico, quando si appoggia alle relazioni di prossimità e alla conoscenza locale e alle tradizioni, e la trasmissione del sapere e dell'informazione si basa principalmente su di una conoscenza "contestuale" (cioè accessibile solo a chi fa parte di quella comunità di cui quella conoscenza è patrimonio (Cecchi, 1998)) di tipo non codificato; modello industriale, quando gli investimenti sono finalizzati alla standardizzazione del processo e del prodotto, e la conoscenza assume natura perlopiù codificata, e così via<sup>8</sup>.

### **3. CONVENZIONI, QUALITÀ E COORDINAMENTO NEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI TIPICI. LA CARNE DI RAZZA CHIANTINA IN TOSCANA**

#### *3.1. Convenzioni e qualità nel sistema agro-alimentare*

Nell'economia standard il mercato dei prodotti agricoli è spesso indicato come classico esempio di mercato walrasiano, soprattutto in virtù dell'omogeneità dei prodotti e dell'atomizzazione dell'offerta e della domanda. Tuttavia l'apertura dei mercati, la complessificazione delle

---

<sup>7</sup> In particolare, l'accezione di investimento qui assume una valenza più ampia. L'attenzione è qui posta sugli *investimenti di forma* (Thévenot, 1986 e 1989), ossia l'insieme degli investimenti materiali e immateriali necessari per assicurare una riproducibilità delle transazioni interne ed esterne all'organizzazione. Le "forme" sono definite da una capacità di realizzare equivalenze nel tempo; ne sono esempi le regole e norme, la marca, gli standard, le tradizioni aziendali.

<sup>8</sup> Il concetto di *modello di impresa* proprio dei convenzionalisti francesi (si veda a riguardo anche Salais e Storper (1992)), è molto prossimo a quello di *stile di impresa* impiegato da sociologi rurali. Ad esempio: "Le differenti posizioni nei confronti dei mercati e gli sviluppi tecnologici a questi connessi, sono socialmente definiti: sono il prodotto di ragionamenti strategici, i quali tipicamente comportano una continua anticipazione del possibile comportamento di altri attori, per esempio gruppi dell'agri-business, agenzie di stato, altri agricoltori, ecc., ed essi sono in misura considerevole mediati attraverso comunicazioni e cooperazione. Evidentemente ciascun stile contiene una specifica forma e contenuto fino a quando questa comunicazione, comparazione e cooperazione è mantenuta attiva" (Van der Ploeg, 1994, p.488).

tecniche produttive, la decomposizione dei processi e l'aumento del grado di differenziazione dei prodotti hanno contribuito a rendere molto meno pertinente questo esempio, e ad attribuire importanza centrale ai problemi informativi anche rispetto al mercato dei prodotti agro-alimentari.

Infatti nel moderno sistema agro-alimentare la distanza tra luogo di produzione e luogo di consumo si dilata, e fa perdere alle imprese agricole la capacità controllare l'inserimento del prodotto sul mercato. Cambiano e diventano più complesse anche le modalità di trasmissione delle informazioni relative al prodotto e al processo: mentre in passato si trattava di un legame diretto tra produttore e consumatore, l'apporsi di un filtro costituito da industria e distribuzione, e l'aumento della distanza fisica e culturale tra mondo della produzione e mondo dei consumi, comportano un cambiamento anche nelle funzioni degli operatori riguardo ruolo svolto nella comunicazione delle informazioni (Valceschini e Nicolas, 1995).

Anche rispetto ai prodotti agro-alimentari emergono dunque problemi di definizione sia della qualità, sia dei criteri cui attenersi per ottenerla. In altri termini diventa centrale il processo di "qualificazione" dei prodotti scambiati e delle organizzazioni in grado di fornirli (Sylvander, 1995).

Qui di seguito verrà ripercorsa, per tappe stilizzate, l'evoluzione di un sistema di produzione-circolazione legato ad un prodotto "tipico", la carne di razza Chianina, al fine di far emergere le diverse convenzioni di qualificazione attive e gli effetti sulla natura dei processi produttivi, sull'organizzazione delle relazioni tra operatori e sulle caratteristiche del prodotto.

### *3.2. Il sistema tradizionale e la convenzione domestica e di mercato*

Fino all'ascesa e alla diffusione del modello fordista (Piore e Sabel, 1984), in Italia il sistema di produzione, trasformazione, distribuzione e consumo legato alla carne di razza bovina Chianina è rimasto sostanzialmente di tipo *tradizionale*, basato su una molteplicità di imprese di allevamento, una rete di impianti di mattazione di piccola dimensione sparsi sul territorio, una rete distributiva formata da una molteplicità di negozi di macelleria, nell'ambito di circuiti di scambio territorialmente molto circoscritti.

L'attività di allevamento era strettamente legata alle aree di origine (zone collinari della Toscana e dell'Umbria), incentrata su imprese di piccola-media dimensione, perlopiù a conduzione familiare, a carattere estensivo e a ciclo chiuso; gli allevamenti specializzati nella fase di ingrasso e finissaggio sono sempre stati in numero molto contenuto, e solitamente acquistavano i vitelli dagli allevamenti locali.

In questo sistema la figura centrale del meccanismo di regolazione tra domanda e offerta era il macellaio, al quale competeva la selezione dei capi da portare agli impianti di macellazione (che pertanto svolgevano un ruolo prevalentemente di servizio). Il macellaio intesseva rapporti diretti con pochi allevamenti, basati sulla conoscenza personale e sulla fiducia frutto di

passate relazioni o delle conoscenze facilmente acquisibili sul posto, e raramente impiegava grossisti o mediatori per la selezione e gli approvvigionamenti di capi o di carne. Questo rapporto diretto offriva la possibilità di una contrattazione anche delle tecniche di allevamento (alimentazione, età di macellazione, stabulazione, ecc.), in modo da sincronizzare le caratteristiche qualitative del prodotto con le proprie esigenze commerciali e quelle dei consumatori.

Il consumatore era prevalentemente del posto, conosceva personalmente il macellaio e/o l'allevatore e le caratteristiche qualitative rilevanti per la transazioni erano note, o comunque acquisibili facilmente e senza costo sia sulle tecniche di allevamento, che sugli allevatori, che sulle caratteristiche della carne ottenuta dalla razza. Il legame tra consumatore e macellaio poggiava sulla fiducia e sulla frequenza di acquisto, così come quello che coordinava l'attività di scambio tra allevatore e macellaio. La vicinanza non solo spaziale ma anche socio-culturale di produttori, dettaglianti e consumatori facilitava l'identificazione del prodotto e delle sue caratteristiche di qualità.

Per questi motivi la qualificazione della controparte era frutto di un compromesso stabile tra una convenzione *di mercato*, in cui gli operatori (in particolare quelli professionali), dotati di sufficienti informazioni e competenze, potevano basare le proprie scelte concentrandosi sul prezzo, e una convenzione *domestica*, nella misura in cui, in presenza di difficoltà di oggettivare le caratteristiche qualitative del prodotto scambiato e di controllare il processo produttivo, gli operatori si affidavano alla controparte sulla base della fiducia costruita da relazioni dirette, stabili e durature, consolidate dalla reciproca conoscenza e dall'appartenenza allo stesso territorio anche "culturale". In particolare, la natura di *experience good* della carne fa sì che soprattutto sul mercato finale l'acquirente si rimetta alla capacità e la competenza della controparte (il macellaio e, talvolta, l'allevatore), in base alla fiducia derivante dai rapporti di prossimità e dalla ripetizione delle transazioni (Van der Meulen e Ventura, 1994).

E' durante questo periodo che si costruisce l'identità del prodotto locale tramite la tradizione, ovvero per mezzo della trasmissione delle conoscenze e capacità di generazione in generazione, con adattamenti condivisi (pur nelle varianti che si vengono a determinare a livello di micro-territorio o micro-strato sociale). La qualità del prodotto è così costruita socialmente nel tempo e tramandata attraverso la condivisione di rapporti sociali e di mercato.

### 3.3. *L'ascesa della qualificazione industriale*

A partire dagli anni '60 l'ascesa del sistema *moderno* (produzione e consumi di massa) mette seriamente in crisi il sistema tradizionale. La crescente apertura ed entità dei mercati di sbocco e la relativa omogeneizzazione dei consumi favorisce una competitività basata sui costi

di produzione e sui prezzi, rendendo necessario l'aumento dei volumi di produzione per il raggiungimento di economie di dimensione. Tutto questo porta ad un aumento delle dimensioni degli allevamenti e della capacità produttiva degli impianti di macellazione, e ad un accentramento dei poteri di condizionamento e di controllo delle singole fasi produttive nelle mani di un sempre più ristretto nucleo di imprese (Fanfani, Green, Pecci e Rodriguez-Zuniga, 1996).

La competitività dei costi imposta dalla nuova tipologia di concorrenza costringe alla resa gli allevamenti "inefficienti", di piccola-media dimensione, spesso ubicati in zone svantaggiate e di montagna. L'obiettivo delle imprese è ora l'aumento della produttività in tutte le fasi della filiera; anche la struttura dell'OCM carni bovine è coerente col sistema intensivo dettato dal sistema moderno. Nelle fasi di trasformazione si ha la graduale sostituzione dei piccoli impianti di mattazione di servizio, spesso pubblici, con grandi impianti di mattazione privati. La forte ascesa della moderna distribuzione (Gdo) riduce fortemente gli spazi per le macellerie tradizionali, la cui consistenza numerica declina drasticamente. Inoltre la richiesta da parte dei Centri Distributivi della Gdo di fornitori in grado di gestire con grande flessibilità volumi di prodotto molto consistenti, e di offrire un numero di servizi incorporati sempre più elevato, porta ad una consistente riduzione numerica degli impianti di macellazione, e ancor più una forte concentrazione territoriale e dei volumi di attività nell'ambito di questa fase della filiera. Il contatto diretto tra la distribuzione finale e gli allevamenti si fa sempre più raro, mentre assume un crescente peso la figura del grossista-importatore e della grande impresa privata di macellazione.

Il coordinamento degli scambi si basa prevalentemente sul prezzo, soprattutto sui mercati finali, ma sempre più viene richiesto, specie con la forte crescita della quota dei consumi soddisfatta da grandi imprese private di mattazione e dalla Gdo, il rispetto di precisi capitolati di fornitura e standard di processo e di prodotto. Le forniture avvengono in lotti di grande dimensione, con regolarità; le relazioni con i fornitori diventano anonime, basate su contratti standard.

In questo periodo i consumi di carni in Italia crescono sensibilmente, e si riducono anche le differenze nelle strutture regionali dei consumi (Marescotti, 1998). In particolare i consumi di carni bovine tendono ad orientarsi verso tagli provenienti dai quarti posteriori (fettine, bistecche) a scapito dei quarti anteriori. Questo orientamento, che continua tuttora a caratterizzare i consumi di carni bovine in Italia, ha anche pesanti ripercussioni sulle importazioni: la bilancia agro-alimentare italiana infatti, oltre a dover sopportare gli oneri dell'importazione di bovini vivi da ingrasso a causa della presenza di un ambiente poco adatto ai sistemi di allevamento estensivi, ricorre in misura crescente all'importazione di quarti posteriori. Alle importazioni ricorrono anche le macellerie tradizionali: la convenienza di prezzo, la disponibilità di servizi incorporati, la possibilità di non dover acquistare l'intero animale ma di poter scegliere i tagli in base

alle richieste della clientela, sono tutti fattori che rompono i legami della macelleria con la base di approvvigionamento diretto presso gli allevamenti locali, orientandole verso una convenzione di qualificazione puramente di mercato nei rapporti coi fornitori, in cui è il prezzo il principale criterio di scelta.

In questi anni la razza Chianina, legata al sistema tradizionale, conosce un periodo estremamente difficile nelle zone di origine: l'avvento della meccanizzazione e l'esodo agricolo fa perdere interesse alle caratteristiche genetiche tipiche di questa razza a duplice attitudine (carne e lavoro). Inoltre, pur producendo una carne di ottima qualità, la morfologia dell'animale non permetteva di disporre di una sufficiente quantità di carne del quarto posteriore sempre più richiesto dai consumatori italiani. L'allevamento della razza Chianina subisce la forte concorrenza non solo delle altre razze specializzate<sup>9</sup>, ma anche delle colture erbacee (tabacco, semi oleosi, cereali), oltre che dei settori industriale e terziario in piena espansione nella zona.

L'ascesa del sistema moderno porta così ad un importante ridimensionamento della richiesta di carne Chianina, il cui sistema di produzione e distribuzione mostra una limitata capacità di adattamento. In particolare l'eccessivo numero e la ridotta capacità produttiva degli allevamenti con razza Chianina e incroci portava ad una oggettiva difficoltà di organizzare la commercializzazione nei modi richiesti dal sistema moderno. A ciò si aggiunga la forte eterogeneità delle caratteristiche qualitative del prodotto finito (derivante dall'utilizzo di tecniche di allevamento e di alimentazione diversificate e dalla presenza di numerosi incroci), e le difficoltà a garantire il rispetto di sempre più rigidi standard di sicurezza degli alimenti dal punto di vista igienico-sanitario. Per questi motivi la carne di razza Chianina raramente trova spazio nei canali moderni durante il periodo fordista, considerando anche l'assenza di una richiesta esplicita da parte dei consumatori.

Il calo della richiesta si traduceva negativamente sul livello dei prezzi della carne e sulla commercializzazione dei vitelli da ristallo. Le difficoltà di allevamento della razza frenavano inoltre la commercializzazione dei capi da riproduzione selezionati prodotti dagli allevamenti iscritti al Libro Genealogico, causando una riduzione del numero di torelli allevati per la riproduzione e di femmine nate in tali allevamenti.

A partire dagli anni '50 la consistenza dei capi di razza Chianina ha fatto registrare un trend negativo<sup>10</sup>, così come il numero degli allevamenti,

---

<sup>9</sup> A partire dagli anni '60 l'attività di miglioramento genetico della razza Chianina, fino ad allora concentrato sugli incrementi di peso e sulla capacità dinamica, si indirizza verso lo sviluppo delle regioni anatomiche che forniscono tagli maggiormente richiesti, senza tuttavia mai riuscire a competere con le razze specializzate, di provenienza estera (Limousine, Aubrac, Charolaise).

<sup>10</sup> 1954 in Italia erano presenti circa 510.000 capi (di cui 300.000 in Toscana e il resto in Umbria e Lazio), passati poi a 360.000 circa nel 1968, 190.000 nel 1983 e circa 100.000 nel 1996, meno di un terzo dei quali iscritti al Libro Genealogico (Marescotti, 2000).

mentre le dimensioni medie sono rimaste molto contenute, nonostante un certo processo di concentrazione produttiva e un aumento del numero medio dei capi per azienda. La riduzione del numero di allevamenti di razza Chianina ha interessato soprattutto le zone di pianura e la Val di Chiana, mentre maggiori resistenze al calo si verifica nelle zone di alta collina e montane, zone più marginali e svantaggiate, ad alto rischio di erosione ambientale, dove utilizzano i pascoli appenninici nella stagione estiva-autunnale allevate allo stato brado o più spesso semibrado<sup>11</sup>.

La crisi della Chianina sembrava dunque l'esito finale di un percorso già tracciato, che aveva nella standardizzazione dei processi produttivi e delle caratteristiche dei prodotti i principali assi portanti. L'apertura territoriale degli scambi e l'affermazione di nuovi modelli di produzione e consumo cambia radicalmente il criterio di qualificazione dominante, mettendo in crisi il modello basato sugli scambi di prossimità (convenzione domestica). Se nei canali corti e tradizionali la qualità era frutto delle relazioni interpersonali tra gli operatori nell'ambito di un coordinamento domestico che facilitava la trasmissione delle informazioni, nei canali moderni e/o più lunghi la qualità diviene oggetto di codificazione. La convenzione di qualificazione dominante diventa allora quella industriale, ispirata dalla riduzione dei rischi di mercato, dal controllo del rispetto di precisi standard di prodotto e di processo, dalla riduzione degli effetti di stagionalità delle forniture e delle caratteristiche della materia prima. A questa si affianca e/o sovrappone, nell'ambito di circuiti "anonimi" (Van der Meulen e Ventura, 1994), una convenzione di mercato, resa possibile dall'apertura dei mercati di approvvigionamento e di sbocco e dalla omogeneizzazione dei consumi, in cui sono prezzo e flessibilità delle decisioni i criteri-guida.

### *3.4. Compromessi e instabilità delle convenzioni di qualificazione*

#### **3.4.1. Il nuovo modello di produzione e consumo e le convenzioni**

Negli anni '80 si fa strada un nuovo modello di consumo dettato da un lato dall'evoluzione della società e dell'organizzazione del lavoro, e dall'altro da una attenzione alla dimensione socio-culturale e ambientale del consumo (Belletti e Marescotti, 1996). Anche per le carni bovine, pur nell'ambito di una sostanziale stazionarietà dei consumi, aumenta la differenziazione delle richieste, modificando i fattori competitivi, non più incentrati solo sul fattore

---

<sup>11</sup> Questo processo, anche se più marcato per la razza Chianina, andava ad inserirsi nel più ampio contesto di crisi dell'allevamento bovino (in particolare da carne) della Toscana (Rovai, 1998) e della provincia di Arezzo. Dal 1970 al 1990 in provincia di Arezzo le aziende zootecniche (latte e carne) sono diminuite del 27% (da 18.022 a 13.081, dato del Censimento ISTAT); le aziende con specializzazione da carne sono passate dal 40% del totale delle aziende zootecniche al 7% del 1990. L'aumento del numero medio di capi allevati per azienda è stato del 70% nel periodo 1982-1990, nonostante una diminuzione del numero complessivo di capi bovini del 29% nello stesso periodo (Boncompagni e Visi, 1997).

prezzo, ma anche sulle caratteristiche dei prodotti offerti, con particolare riferimento agli aspetti legati alla salute e all'igiene (tendenze accentuate nel settore delle carni dai frequenti e gravi scandali igienico-sanitari).

L'aumento della differenziazione e della velocità di cambiamento delle richieste porta ad importanti conseguenze sull'organizzazione dei processi produttivi e sul sistema delle relazioni fra imprese: aumenta infatti la necessità di dotarsi di meccanismi di adattamento e di innovazione più flessibili, in grado di far reagire prontamente le imprese alla maggiore varietà di richieste di mercato. Ai fenomeni di concentrazione e integrazione verticale delle attività in unità di grande capacità produttive che avevano caratterizzato il precedente modello di produzione, fa seguito una fase, tuttora in corso, di de-verticalizzazione dei processi produttivi e delle unità tecniche anche a livello territoriale: il controllo della filiera viene sempre più spesso detenuto da imprese di grande dimensione, che legano a sé le altre imprese tramite rapporti di sub-fornitura in un complesso sistema di imprese a rete.

Tuttavia l'emergenza di un complesso multiforme di esigenze qualitative da parte del consumatore offre gli spazi anche per produzioni di nicchia, tipiche, e di qualità elevata, destinate a segmenti specifici di consumatori, ovvero spazio per risposte più diversificate rispetto ad un *mainstream* che sembrava far convergere la pluralità dei modelli produttivi e organizzativi in un'unica direzione. Queste opportunità sono successivamente favorite anche dalla revisione della OCM carni bovine, che segna il declino della logica ispirata al modello di produzione di massa, e tende invece a premiare le attività produttive estensive, ubicate in aree svantaggiate o montane, di piccola dimensione, basate sul rispetto dell'ambiente e sulla qualità dei prodotti.

Così, anche produzioni che fino poco tempo prima sembravano destinate a scomparire, vengono rivalutate e reintrodotte sul mercato. Un esempio è fornito dal crescente interesse per le produzioni delle razze "locali", quale la carne di razza Chianina, tendenza rafforzata in Toscana dai connotati culturali legati alla tradizione gastronomica del territorio e più in generale dalla particolarità del modello di consumo regionale, che vede un consumo di carni rosse superiore alla media nazionale (Marescotti, 1998). In questo modo vengono riattivati sistemi organizzativi tradizionali, che riacquistano capacità di sopravvivenza e di sviluppo. Inoltre si assiste ad un ampliamento delle tipologie di canali commerciali attivate: non solo si torna alla vendita diretta in azienda e a una rivalorizzazione dei circuiti locali e del sistema tradizionale - spesso grazie all'apporto di un consumatore non locale -, ma per la prima volta si registra l'ingresso della carne Chianina nel canale della Gdo, così come la creazione di moderni centri di ingrasso di grande dimensione specializzati sulla razza Chianina.

### **3.4.2. La ristrutturazione dei canali commerciali tradizionali**

Il sistema tradizionale nella sua forma pura è rimasto solo nelle zone rurali più al riparo dall'ascesa del sistema moderno, in cui appare maggiormente coerente con i modelli di consumo locali: la popolazione residente, spesso composta da una quota di persone anziane più elevata della media, esercita una domanda di carne bovina di tipo diverso da quella delle città, restando più ancorata ai tagli "meno pregiati" (quarti anteriori) e a prodotti con una minor quantità di servizio incorporato.

Nelle aree urbane e nei centri medi delle aree rurali, invece, il sistema tradizionale si è adattato in parte a quello moderno, aprendosi alle convenzioni di mercato e industriale, in particolare nei rapporti tra operatori professionali: le macellerie ricorrono al grossista e all'importatore per gli approvvigionamenti di carne "generica" nell'ambito di un coordinamento prevalentemente di mercato, mentre per gli approvvigionamenti di carne Chianina, spesso effettuati in maniera sporadica per i problemi di smaltimento del quarto anteriore e per la difficile reperibilità dei capi, ricorre sempre più spesso al mediatore e/o a rapporti diretti con gli allevamenti locali, aderendo ad una convenzione domestica.

### **3.4.3. I canali commerciali moderni**

L'inserimento della carne di razza Chianina negli assortimenti di alcune imprese della Gdo nella zona più tradizionale di produzione e di consumo è stata dettata dall'esigenza di fidelizzare maggiormente il consumatore locale al punto vendita.

Come si è visto, la struttura delle imprese che allevano capi di razza Chianina o incroci, e più in generale il sistema "Chianina", raramente è coerente al sistema moderno in termini di dimensione dei lotti forniti, omogeneità del prodotto, regolarità delle consegne, rispetto di standard minimi di qualità e così via. Per inserire in assortimento la carne di razza Chianina la Gdo ha quindi dovuto "adattare" il sistema tradizionale al sistema moderno; ciò ha dato origine a forme ibride tra i due sistemi, frutto di un compromesso tra una convenzione di qualificazione industriale e una domestica (Marescotti, 2000). Così, contrariamente alle usuali modalità di approvvigionamento e alla tendenza a delegare (e controllare) le forniture alle grandi imprese private di macellazione, le imprese della Gdo, in particolare quelle i cui punti vendita sono dotati di maggior autonomia su alcune tipologie di approvvigionamento e/o meno gerarchizzate nelle strutture decisionali, hanno ri-attivato contatti diretti con gli allevatori su scala locale, riprendendo l'abitudine ad impiegare proprio personale specializzato per visitare direttamente gli allevamenti e selezionare i capi da acquistare. Allo stesso tempo i rapporti con gli allevatori locali di Chianina avvengono generalmente al di fuori di qualsiasi formalizzazione contrattuale, per l'instaurarsi e il consolidamento del rapporto nel corso degli anni, anche nel caso di forniture estremamente limitate (2-3 capi l'anno). Anche i capitolati di produzione, estremamente rigidi con i grandi

fornitori nel caso della fornitura di partite omogenee di rilevante dimensione, mostrano una maggiore flessibilità e grado di tolleranza rispetto ai rapporti diretti con i tradizionali piccoli allevamenti, pur nell'ambito di rigorosi controlli circa gli aspetti igienico-sanitari del prodotto, che deve (ovviamente) rispettare gli stessi standard dei prodotti "convenzionali".

Tuttavia le tensioni originate dalla pervasività del coordinamento di tipo industriale emergono a rendere instabile il compromesso raggiunto. In effetti, proprio per disporre di approvvigionamenti regolari e omogenei sotto il profilo delle caratteristiche qualitative anche sulle carni delle razze locali, la Gdo ha promosso la creazione di moderni centri di ingrasso e di finissaggio specializzati sulla razza Chianina, che nel tempo potrebbe portare ad una ulteriore selezione dei fornitori a scapito degli allevamenti più tradizionali.

#### **3.4.4. Le convenzioni sul mercato finale e il ruolo del consumatore**

Relativamente alla carne Chianina, sui mercati finali si assiste alla contemporanea attivazione di più convenzioni di qualificazione, in dipendenza dei cambiamenti negli atteggiamenti e nelle aspettative dei consumatori.

La complessificazione dei circuiti di produzione e scambio e la diversificazione delle offerte porta a far perdere ulteriori spazi alla convenzione di mercato, e nel contempo attiva la convenzione industriale, dettata dal gap informativo che un consumatore sempre più "distante" deve fronteggiare. Da qui la crescente richiesta di certificazioni di qualità che si basano sul rispetto di standard e disciplinari di produzione più o meno legittimati dall'intervento pubblico, specie sui canali moderni.

Dall'altra parte la ristrutturazione dei canali tradizionali e la riattivazione di forme di vendita diretta (anche utilizzando i circuiti turistici) e di circuiti brevi porta al mantenimento di una convenzione domestica, soprattutto quando il consumatore è mosso dal desiderio di acquistare a prezzi ragionevoli una carne di sicura provenienza, la sicurezza essendo fornita dall'acquisto sul posto e dalla fiducia nel macellaio e, più in generale, nel "territorio". Tuttavia la convenzione domestica, che caratterizza i circuiti tradizionali, si va ad innestare sull'emergere di una convenzione civica, che interessa in generale il coordinamento delle transazioni relative ai prodotti agro-alimentari tipici sui mercati finali: infatti in questi casi la transazione avviene spesso in base al desiderio condiviso di preservare un patrimonio comune o comunque un bene prezioso per la collettività locale. Questo vale sia per il consumatore esterno all'area "culturale" e territoriale di origine, che per il "nuovo" consumatore locale, spesso urbano, che attraverso il consumo di carne Chianina, prodotto locale, vuole recuperare il legame con le proprie origini e tradizioni (alimentari e culturali), e nel contempo essere maggiormente tutelato dal punto di vista igienico-sanitario.

In questo senso anche la presenza, tipologia e contenuto informativo dei marchi di qualità sul mercato finale possono essere interpretati quali espressioni di un più generale sforzo di costituzione di riferimenti comuni (frutto di *investimenti di forma*) che agiscono come supporti alle particolari convenzioni di qualità e di qualificazione attive nell'ambito del coordinamento tra operatori. A questo proposito è significativo notare come i marchi concepiti specificamente per la commercializzazione della carne di razza Chianina attualmente presenti nei punti vendita all'interno della zona di origine della razza, sono stati finalizzati ad una corretta identificazione del prodotto soprattutto agli occhi di un consumatore locale, e mirano a comunicare soprattutto gli elementi di tradizionalità dei processi e di provenienza del prodotto, più che il rispetto di standard di processo e di prodotto: la rivalorizzazione della carne Chianina è passata cioè attraverso una ricostruzione, su basi in parte nuove, del rapporto col consumatore locale, in cui le relazioni personali di prossimità e la condivisione di principi e obiettivi comuni giocano un ruolo fondamentale (Marescotti, 2000).

### *3.5. Alcune considerazioni di sintesi*

Il caso esaminato mostra come il declino e la successiva rivalorizzazione della carne di razza Chianina derivino dal processo evolutivo seguito dalle diverse convenzioni di qualità e di qualificazione attive nel coordinamento tra operatori ai vari livelli (sui mercati "professionali", cioè nel coordinamento tra operatori specializzati, che sui mercati finali, nel coordinamento con i consumatori) (tabella 2), dai loro compromessi più o meno stabili e dal loro predominio.

Come per molti prodotti tipici, la traiettoria seguita da questo processo sembra oggi funzione dell'evoluzione dell'instabile compromesso tra una convenzione di qualificazione industriale ed una domestica-civica, il cui esito non sarà privo di conseguenze nell'orientare le trasformazioni del prodotto (selezione genetica, modalità di allevamento e alimentazione, età e peso alla macellazione, sesso dell'animale, modalità di presentazione, ecc.), la struttura e l'organizzazione delle imprese e del processo produttivo, le scelte del consumatore e l'azione degli agenti istituzionali pubblici e privati coinvolti.

Tabella 2 - La carne Chianina: evoluzione delle convenzioni di qualificazione nei mercati “professionali” e sul mercato finale

	<i>Sistema tradizionale</i>	<i>Produzione e consumi di massa</i>	<i>Nuovo modello di produzione e consumo</i>	
			<i>Canali brevi</i>	<i>GDO</i>
<i> Mercati “professionali”</i>	MERCATO Domestica	INDUSTRIALE MERCATO	DOMESTICA CIVICA	INDUSTRIALE DOMESTICA
<i> Mercato finale</i>	DOMESTICA Mercato	MERCATO	DOMESTICA CIVICA Mercato	INDUSTRIALE CIVICA Mercato

Nota: in maiuscolo la convenzione dominante

#### 4. PRODOTTI TIPICI, CONVENZIONI E SVILUPPO RURALE

La teoria economica delle convenzioni consente di analizzare i diversi sistemi produttivi e organizzativi come *spazi relazionali* entro i quali sono attivi specifici accordi (convenzioni) circa i criteri di qualificazione dei prodotti e degli operatori utili a migliorare il coordinamento. Il prodotto che emerge dall'accordo è così creato sulla base di una procedura volontaria di negoziazione continuamente soggetta a verifica nel tempo. In base all'evolversi delle convenzioni, le singole caratteristiche di qualità (materiali e immateriali) del prodotto assumono importanza diversa, attivando convenzioni di qualificazione più pertinenti allo scopo. La direzione assunta dal cambiamento delle convenzioni esercita importanti conseguenze sulla natura dei processi produttivi e sulle caratteristiche del prodotto stesso, influenzando sulle sue possibilità e capacità di adattamento, sopravvivenza e sviluppo.

La tutela e la valorizzazione dei prodotti tipici, e quindi il mantenimento nel tempo di una convenzione di qualità attorno al prodotto tipico stesso, fa perno attorno all'emergere della convenzione di qualificazione civica, supportata dal recupero della convenzione di qualificazione domestica (Letablier e Nicolas, 1994). E' in questa chiave che può essere letta la connessione tra valorizzazione dei prodotti tipici e sviluppo rurale, quest'ultimo qui inteso come processo di sviluppo endogeno che, facendo leva prioritariamente sulla qualità delle risorse naturali e umane costruite nel tempo su di un dato territorio e incentrate sull'agricoltura<sup>12</sup>, viene promosso, attuato e controllato da una collettività che è in grado di determinarne autonomamente le finalità e gli strumenti per raggiungerle (Long e Van der Ploeg, 1994; Romano, 1996; Brunori, 1999).

La convenzione civica è fondata sull'interesse della collettività locale a mantenere in vita il legame col territorio anche attraverso i prodotti, e

<sup>12</sup> Sui caratteri e le definizioni di ruralità, e sul ruolo dell'agricoltura nello sviluppo rurale, si veda in particolare Iacoponi (1997), Cecchi (1998) e Romano (1998).

risponde al desiderio di tutelare e utilizzare economicamente, eventualmente precludendone l'uso ai non aventi diritto, un patrimonio collettivo (Bérard e Marchenay, 1995) costruito socialmente nel tempo dall'insieme degli attori (produttori, consumatori, cittadini, istituzioni locali) che, a vario titolo, hanno contribuito alla sua esistenza ed evoluzione nel tempo<sup>13</sup>. Questo interesse spesso si innesta su quelli più generali della collettività e delle istituzioni pubbliche a livelli meno locali, tradotti anche all'interno degli obiettivi delle politiche agrarie e di sviluppo rurale<sup>14</sup>. L'affermazione della convenzione civica, che poggia sulla condivisione dei valori e della cultura locale, permette di orientare il sistema produttivo locale verso un obiettivo comune aumentandone il livello di auto-determinazione dei percorsi di sviluppo.

Allo stesso tempo il rafforzamento della convenzione domestica appare maggiormente funzionale alla mobilitazione delle risorse locali specifiche e non trasferibili (tradizioni e consuetudini, cultura e tessuto sociale, competenze, ecc.), e all'utilizzo del potenziale di sviluppo endogeno (Romano, 1998) proprio dei sistemi economici locali in aree rurali, fondato sulle risorse locali materiali e immateriali, e sul capitale sociale (Brunori, 1999). I prodotti tipici sono infatti costruiti su sistemi tradizionali che, pur soggetti a tensioni evolutive e trasformazioni, mantengono quale elemento centrale la trasmissione e riproduzione di conoscenze di tipo "contestuale", nell'ambito di meccanismi di coordinamento basati su relazioni di prossimità in cui la fiducia e la ripartizione delle competenze assumono particolare rilievo, soprattutto agli occhi del consumatore non locale, spesso non in grado di apprezzare appieno il contenuto materiale e immateriale del prodotto e del suo legame col territorio di origine.

Tuttavia l'ascesa e la pervasività della convenzione di qualificazione industriale può costituire una minaccia per l'attivazione di processi di sviluppo rurale. Rispetto ai prodotti tipici l'ascesa della convenzione industriale deriva, oltre che dall'interesse mostrato dalle imprese del sistema moderno verso queste produzioni, anche dall'intervento pubblico, sia a carattere generale, finalizzato cioè all'emanazione di normative (orizzontali e verticali) volte ad assicurare la presenza di requisiti minimi in materia igienico-sanitaria e/o ambientale tramite il controllo del rispetto di standard, che specifico per i prodotti tipici, la cui tutela giuridica è condizionata al rispetto di disciplinari, strumenti tipicamente "industriali" che codificano e fissano le caratteristiche tecniche del processo di produzione e del prodotto

---

<sup>13</sup> Proprio in quest'ottica può essere compreso il motivo per cui molto spesso le iniziative di tutela e di valorizzazione, tra cui quelle connesse alla creazione e gestione dei marchi di qualità e di origine, sono avviate dalle istituzioni pubbliche locali, mentre soltanto in un secondo momento, e talvolta con difficoltà, le imprese ne intravedono l'utilità.

<sup>14</sup> In particolare, rispetto al recupero delle razze "locali" e alle loro produzioni, oltre alla salvaguardia della biodiversità, vengono spesso sottolineati i riflessi in termini ambientali (utilizzo di pascoli in aree marginali e lotta all'erosione del territorio e delle culture locali) e socio-economici (piccole imprese a carattere familiare, scarsa incidenza nella formazione di eccedenze comunitarie, impatto occupazionale, ecc.).

finale e/o intermedio.

La convenzione industriale può così dare origine a contraddizioni e instabilità, e quando è imposta dall'esterno, come accade quando i prodotti tipici vengono inseriti nella gamma produttiva o commerciale di grandi imprese dell'agro-alimentare o nei canali della Gdo, spostare i centri di regolazione del sistema locale togliendo autonomia - nel senso di capacità di regolazione e di indirizzo - alla collettività locale, orientandone il sistema economico verso uno sviluppo di tipo "esogeno". I sistemi locali legati a prodotti agro-alimentari tipici, solitamente espressione di un'agricoltura "non omologata" (Basile e Cecchi, 1997; Cecchi, 1998), possono in altri termini essere "omologati" tramite l'estensione di elementi e comportamenti "industriali" - basati su conoscenza codificata - anche alle attività agricole e tradizionali.

Tuttavia, anche la convenzione industriale può essere alla base di percorsi di sviluppo endogeni, quando è il sistema produttivo locale, utilizzando la conoscenza contestuale, che la adatta alle risorse e necessità specifiche. E' il caso ad esempio dei numerosi disciplinari di produzione predisposti per l'ottenimento della DOP o dell'IGP ai sensi del reg.CEE 2081/92<sup>15</sup>, che si pongono come veicoli di trasmissione di informazioni (sul prodotto e sul processo, nonché sull'ambiente di origine) codificate in modo da rendere "oggettive" le caratteristiche dei prodotti e permettere loro di viaggiare a grandi distanze (Fonte, 1999). In questi casi il contenuto del disciplinare è il riflesso di una convenzione costitutiva, cioè di una rappresentazione comune e negoziata del prodotto da parte degli operatori, e l'adozione della convenzione industriale è il frutto non più di un adattamento passivo nei confronti degli stimoli esterni, ma è l'applicazione interna di tecnologie standardizzate (Van der Ploeg, 1992).

## BIBLIOGRAFIA

- AA.VV. (Dupuy J.P., Eymard-Duvernay F., Favereau O., Orléan A., Salais R., Thévenot L.) (1989): Introduction, *Revue Economique*, n.2, mars.
- AKERLOF G. (1970): The markets for "lemons": Quality, Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, LXXXIV, 3.
- BASILE E. - CECCHI C. (1997): Differenziazione e integrazione nell'economia rurale, *Rivista di Economia Agraria*, Anno LII, nn.1-2, giugno.
- BELLETTI G. - MARESCOTTI A. (1996): Le nuove tendenze dei consumi, in P. Berni,

---

<sup>15</sup> Con reg.(CE) n.134/98 anche la carne di razza Chianina ha ottenuto l'IGP. Il disciplinare di produzione prevede la concessione dell'IGP solo a bovini di pura razza Chianina iscritti al Libro Genealogico. I bovini devono essere allevati nella zona di origine almeno nei nove mesi che precedono la macellazione. Nei quattro mesi che precedono la macellazione la razione alimentare dei vitelloni è priva di foraggi insilati e di qualsiasi sottoprodotto dell'industria (art.5). Secondo la Relazione tecnico-illustrativa del disciplinare, uno degli obiettivi della codificazione delle tecniche consiste nell'omogeneizzazione della massa del prodotto per la commercializzazione anche su canali "lunghi".

- D. Begalli (a cura di): *I prodotti agroalimentari di qualità: organizzazione del sistema delle imprese*. Bologna, Il Mulino.
- BERARD L. - MARCHENAY P. (1995): Lieux, temps et preuves: la construction sociale des produits de terroir, *Terrain*, n.24.
- BOISARD P. - LETABLIER M.T. (1987): Le camembert: normand ou normé. Deux modèles de production dans l'industrie fromagère, *Entreprises et produits, Cahier du Centre d'Etudes de l'Emploi*, n.30.
- BOLTANSKI L. - THEVENOT L. (1987): Les économies de la grandeur, *Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi*, n.31, Paris, PUF.
- BONCOMPAGNI S. - VISI N.M. (1997): *Indagine sulla filiera delle carni bovine della Provincia di Arezzo*. Provincia di Arezzo, Assessorato all'Agricoltura
- BROMLEY D.W. (1989): *Economic Interests & Institutions*, New York, Basil Blackwell.
- BROUSSEAU E. (1993): Les théories des contrats: une revue, *Revue d'Economie Politique*, 103(1).
- BRUNORI G. (1999): Sistemi agricoli territoriali e competitività, relazione al XXXVI Convegno SIDEA "La competitività dei sistemi agricoli italiani", Milano, settembre.
- CECCHI C. (1998): Il ruolo dell'agricoltura nella costruzione della ruralità, in D. REGAZZI (a cura di): *L'agricoltura italiana tra prospettiva mediterranea e continentale*, Atti del XXXIII Convegno di Studi della SIDEA, Napoli, 1996.
- DE BENEDICTIS M. (1993): Neoistituzionalismo ed economia agraria, *La Questione Agraria*, n.49.
- DE ROSA M. (1997): Quale approccio per lo studio dei sistemi agro-alimentari locali?, *Rivista di Economia Agraria*, LII, n.4, dicembre.
- DUPUY J.P. (1989): Convention et Common knowledge, *Revue Economique*, n.2, mars.
- EGGERTSON T. (1990): *Economic Behavior and Institutions*, Cambridge, Cambridge University Press.
- EYMARD-DUVERNAY F. (1989): Conventions de qualité et formes de coordination, *Revue Economique*, n.2, mars.
- FANFANI R. - GREEN R.H. - PECCI F. - RODRIGUEZ-ZUNIGA M. (a cura di) (1996): *I sistemi di produzione della carne in Europa. Un'analisi comparata tra filiere e sistemi locali in Francia, Italia e Spagna*, Milano, Quaderni della Questione Agraria, FrancoAngeli.
- FAVEREAU O. (1989): Marchés internes, marchés externes, *Revue Economique*, 40(2).
- FRONTE M. (1999): Tradizioni e nuovi modelli di ruralità nelle regioni del Mediterraneo, comunicazione al XXXVI Convegno SIDEA "La competitività dei sistemi agricoli italiani", Milano, settembre.
- GOMEZ P.Y. (1994): *Qualité et théorie des conventions*, Paris, Economica.
- HODGSON G. (1991): *Economia e istituzioni*, Ancona, Otium.
- IACOPONI L. (1997): Analisi economica della ruralità, in: *Agricoltura e ruralità*, I Georgofili. Quaderni, VII, Firenze, Studio Editoriale Fiorentino.
- LAKATOS I. (1970): Falsification and the methodology of scientific research program, in I. LAKATOS I. - R. MUSGRAVE (Eds.): *Criticism and the growth of knowledge*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LETABLIER M.T., NICOLAS F. (1994). Genèse de la typicité. *Sciences des Aliments*, 14(5), pp.541-556
- LEWIS D.K. (1969): *Convention: a philosophical study*, Cambridge (Mass.), Harvard

- University Press.
- LONG A., VAN DER PLOEG J.D. (1994): Endogenous Development: Practices and Perspectives, in J.D. VAN DER PLOEG – A. LONG (Eds.): *Born from within. Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*, Assen, Van Gorcum, Assen.
- MARESCOTTI A. (1998): I consumi alimentari: esiste un modello toscano? in A.PACCIANI - G.BELLETTI - A.MARESCOTTI - S.SCARAMUZZI (a cura di): *Strutture e dinamiche nel sistema agro-industriale*, Firenze, INEA Osservatorio Agro-Industriale per la Toscana, Secondo Rapporto.
- MARESCOTTI A. (2000): Marketing Channels, Quality Hallmarks and the Theory of Conventions, in B.SYLVANDER (Ed.): *The socio-economics of origin labelled products in agrifood supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects*, Actes du 67<sup>th</sup> EAAE Seminar (Le Mans, 1999), Paris, INRA.
- NELSON P. (1970): Information and Consumer Behaviour, *Journal of Political Economy*, n.78.
- NORTH D.C. (1986): The New Institutional Economics, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, n.142.
- NORTH D.C. (1991): Institutions, *Journal of Economic Perspectives*, vol.5, n.1.
- ORLEAN A. (1991): Logique walrasienne et incertitude qualitative: des travaux d'Akerlof et de Stiglitz aux conventions de qualité, *Economies et Sociétés, Série Economica PE* n.14, janvier.
- ORLEAN A. (1994): Vers un modèle général de la coordination économique par les conventions, in A.ORLEAN (Ed.): *Analyse économique des conventions*, Paris, PUF.
- PACCIANI A. - BELLETTI G. - MARESCOTTI A. (2000): Problemi informativi, qualità e prodotti tipici. Approcci teorici diversi, in R.FANFANI - E.MONTRESOR - F.PECCHI (a cura di): *Il sistema agroalimentare italiano e l'integrazione europea*, in corso di pubblicazione
- PARRI L. (1996): Le istituzioni in sociologia ed economia: "hic sunt leones"?, *Stato e Mercato*, n.46, aprile.
- PIORE M.J. - SABEL C. (1984): *The second industrial divide*, New York, Basic Books.
- PIVOT C. (1999): La construction d'une convention de qualité par les professionnels, in L. LAGRANGE (Ed.): *Signes officiels de qualité et développement agricole*, Actes de colloque SFER Clermont-Ferrand, 14-15 avril.
- POLIDORI R., ROMANO D. (1997): Dinamica economica strutturale e sviluppo rurale endogeno: il caso del Chianti Classico, *Rivista di Economia Agraria*, vol.LII, n.4.
- ROMANO D. (1996): *Crescita endogena vs. sviluppo endogeno: un caso dove le istituzioni fanno la differenza*, Atti del 2° Incontro IDEA, Pisa, Edizioni Il Borghetto.
- ROMANO D. (1998): Sviluppo endogeno e sostenibilità: coerenza teorica e implicazioni empiriche, in D. REGAZZI (a cura di): *L'agricoltura italiana tra prospettiva mediterranea e continentale*, Atti del XXXIII Convegno di Studi della SIDEA, Napoli, 1996.
- ROMANO D. (1999): I sistemi locali di sviluppo rurale (SLSR), in CNEL: *2° rapporto sull'agricoltura. L'agricoltura tra locale e globale. Distretti e filiere*, Edizione provvisoria, Roma, maggio.
- ROVAI M. (1998): Gli adattamenti della filiera della carne in relazione all'evoluzione del quadro normativo e dei consumi, in A.PACCIANI - G.BELLETTI - A.MARESCOTTI - S.SCARAMUZZI (a cura di): *Strutture e dinamiche nel sistema*

- agro-industriale*, Firenze, INEA Osservatorio Agro-Industriale per la Toscana, Secondo Rapporto.
- SALAS R., STORPER M. (1992): The four “worlds” of contemporary industry, *Cambridge Journal of Economics*, n.16.
- SCHELLING T.C. (1977): *The strategy of conflict*, Oxford, Oxford University Press.
- STIGLITZ J.E. (1987): The Causes and the Consequences of the Dependence of Quality on Price, *Journal of Economic Literature*, 25.
- SUGDEN R. (1989): Spontaneous Order, *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), Fall.
- SYLVANDER B. (1995): Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des Produits de Qualité Spécifique, in F. NICOLAS – E. VALCESCHINI (Eds.): *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica.
- THEVENOT L. (1986): Les investissements de forme, in AA.VV.: *Conventions économiques*, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, Paris, PUF.
- THEVENOT L. (1989): Equilibre et rationalité dans un inverse complexe, *Revue Economique*, vol.40, n.2.
- UGHETTO P. (2000): L'entreprise dans l'économie des conventions, *Revue Economique*, 51(1).
- VALCESCHINI E. - NICOLAS F. (1995): La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire, in F. NICOLAS – E. VALCESCHINI (Eds.): *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica.
- VAN DER MEULEN H. – VENTURA F. (1994): *La costruzione della qualità. Produzione, commercializzazione e consumo della carne bovina in Umbria*, Assisi, CESAR.
- VAN DER PLOEG J.D. (1992): The reconstitution of locality: technology and labour in modern agriculture, in: T. MARSDEN – P. LOWE – S. WHATMORE (Eds.): *Labour and locality. Uneven development and the rural labour process*, London, Fulton.
- VAN DER PLOEG J.D. (1994): Styles of Farming: an Introductory Note on Concepts and Methodology, in J.D. VAN DER PLOEG – A. LONG (Eds.): *Born from within. Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*, Assen, Van Gorcum, Assen.
- YOUNG H.P. (1996): The Economics of Conventions, *Journal of Economic Perspectives*, vol.10, n.2.